

Descripción de Anuncios

Nueva Campaña Publicitaria: “Frente a Frente”

“Frente a Frente -- doctor”



Concepto: Durante los últimos 20 años, el predominio de los niños con sobrepeso en California se ha duplicado, y entre los adolescentes, éste se ha triplicado, por lo que una tercera parte de los niños de 9 a 11 años en California tienen sobrepeso o corren el riesgo de tenerlo. Los niños de California padecen cada vez más enfermedades relacionadas con la nutrición, las cuales normalmente ocurren en la edad adulta, enfermedades como la obesidad, diabetes tipo 2, y prehipertensión.

Con el fin de recalcar la gravedad del tema de la obesidad, este anuncio utiliza un doctor quien está a la vanguardia de la obesidad infantil. El anuncio presenta a un doctor describiendo a una paciente, Cheryl, con diabetes tipo 2 y presión alta, los cuales normalmente se presentarían en una mujer como de 60 años con sobrepeso. Sin embargo, luego el doctor revela que ella es un pediatra y que su paciente no es una mujer de 60 años sino que Cheryl realmente tiene sólo 12 años, integrando el elemento de sorpresa y dura realidad a la situación.

Este anuncio recalca el sentido de urgencia hacia la epidemia de obesidad infantil, y hace un llamado a los padres de familia para que también estén a la delantera con respecto al mejoramiento y la protección de la salud de sus hijos. El anuncio concluye con el lema, “Obesidad infantil. No la tomes a la ligera”.

Audiencia: Este anuncio está dirigido a los beneficiarios del Programa de Cupones para Alimentos y otras mujeres de bajos recursos con hijos, y les anima a tomar un papel activo con respecto a la salud de sus hijos, a comer más frutas y vegetales, y a mantenerse activos físicamente todos los días.

Idiomas: Español e inglés

“Frente a Frente -- maestro”



Concepto: Mientras que el predominio de la obesidad continúa aumentando entre los californianos, el motivar a tanto adultos como a niños a adoptar un estilo de vida más saludable se ha convertido en algo imperativo. Los niños de California padecen cada vez más de enfermedades relacionadas con la nutrición, las cuales normalmente ocurren en la edad adulta, enfermedades como la obesidad, diabetes tipo 2, y la prehipertensión.

La campaña “Frente a Frente” está diseñada para alcanzar a los padres de familia de bajos recursos y motivarlos a que hagan el comer saludablemente y hacer actividad física una prioridad para sus hijos y toda la familia. La campaña utiliza maestros y doctores – fuentes fiables sobre el tema de qué es lo mejor para sus hijos – “frente a frente” al problema de la obesidad.

El anuncio presenta un maestro hablando de la preocupación que tiene sobre la cantidad de niños en su aula con sobrepeso. Explica que cualquier persona estaría indignado de descubrir que muchos estudiantes hubiesen contraído una enfermedad mortal. Sin embargo, no ha habido ninguna reacción con respecto al número de estudiantes en su aula que son obesos o corren graves riesgos de salud. El anuncio demuestra la gravedad del sobrepeso entre los niños en California y la necesidad de tomar acción inmediatamente.

El presentar a profesionales que tienen amplio contacto con los niños hace más importante y urgente el mensaje que el no comer saludablemente y no hacer actividad física tiene un efecto dañino a la salud de nuestros hijos. El anuncio hace un llamado a los padres de familia para que tomen un papel más activo y hagan el comer saludablemente y hacer actividad física una prioridad cada día para sus hijos y toda la familia. El anuncio concluye con el lema, “Obesidad infantil. No la tomes a la ligera”.

Audiencia: Este anuncio está dirigido a los beneficiarios del Programa de Cupones para Alimentos y otras mujeres de bajos recursos con hijos, y les anima a tomar un papel activo con respecto a la salud de sus hijos, a comer más frutas y vegetales, y a mantenerse activos físicamente todos los días.

Idiomas: Español e inglés